

Editorial Dezember 2001

Mailing-Virus?

Was zur Zeit in der Welt passiert, ist teilweise schon erschreckend. Und wenn jetzt auch noch biologische Kampfstoffe per Brief verschickt werden, kann das der Direktwerbebranche nur schaden.

Andererseits hat sich ja eine Mailing-Masche förmlich epidemisch ausgebreitet. Sie wissen schon, ich meine diese unsäglichen Pseudo-Gewinnspiele. Also wenn dagegen einer ein Mittel weiß, ich leite es gern an die Verursacher weiter.

Also vielleicht ist das jetzt der richtige Zeitpunkt mal wieder an Werbe-Moral und Marketing-Ethik zu erinnern. Immerhin sind sich Anbieter und Abnehmer einig – jedenfalls in den meisten Fällen – dass Werbung einem kommerziellen Zweck dient. Beide Seiten dürften sich auch einig sein, dass das nicht verwerflich ist. Und Einigkeit besteht sicher auch darüber, dass Werbung bei aller Kommerzialität auch Spaß machen darf – und nach den Erwartungen der jüngeren Zielgruppen sogar Spaß machen muss.

Ja, es gibt sogar einige Mailings, die durchaus ihren Unterhaltungswert haben. Für meinen Geschmack sind es aber immer noch zu wenige. Statt dessen quälen sich viele Anbieter ein langweiliges Mailing nach dem anderen ab. Oder sie verwöhnen die sowieso schon verwöhnten Verbraucher immer weiter mit – wie einfallsreich! – Sonderpreisen. Solange sich Anbieter da nichts Besseres einfallen lassen, dürfen sie sich auch nicht beschweren, wenn der Verbraucher den billigsten Anbieter sucht, statt den kreativsten.

Insofern würde ich gern mal einen Kreativ-Virus in Umlauf bringen, der bei allen Direktmarketer einen Ideenschub auslöst. Und dazu fällt mir spontan das neue Buch von Claudius Schmitz „Charismating“ ein. Aber Vorsicht: Ansteckungsgefahr!

Gabriele Baron arbeitet als freiberufliche Texterin und Journalistin sowie als Trainerin mit dem Schwerpunkt Kundenorientierung in Text, Korrespondenz und Verkaufsgespräch. Von ihr erschienene Bücher: „Mailings einfach und erfolgreich durchführen“, IM-Verlag und „Ideen finden. Top-Tools für kreative Köpfe“, Financial Times Deutschland Verlag. Anfragen richten Sie bitte an: Gabriele Baron Text & Training, Innere Wiener Straße 12, 81667 München. Telefon (089) 48 95 27 82. Fax (089) 48 95 28 23. info@baron-texttraining.de; www.baron-texttraining.de